Ce document a été mis en ligne par l'organisme FormaV®.

Toute reproduction, représentation ou diffusion, même partielle, sans autorisation préalable, est strictement interdite.

Pour consulter tous nos sujets d'annales et corrigés du BP Tailleur Homme, veuillez visiter :
bptailleurhomme.fr/annales-sujets-et-corriges

BP Tailleur Homme

Épreuve E3 : Gestion et organisation, communication commerciale et promotion

Session 2026 • Code sujet : **26-BP-VSM-TH-E3** • Durée : **2 heures** • Coefficient : **3**

Sommaire

Cliquez sur une partie pour y accéder directement

1. Analyse de la demande et du cadre de communication (3 questions) **Page 3**

2. Étude des matières, métrage et coût (3 questions) **Page 5**

3. Préparation de l’action de promotion (3 questions) **Page 8**

4. Prévention, qualité et organisation de l’atelier (2 questions) **Page 10**

5. Ce qu’il faut retenir & Questions fréquentes (FAQ) (Synthèse & Q&A Examen) **Page 12**

Sujet officiel (PDF) : https://bptailleurhomme.fr/assets/annales/bp-tailleur-homme/Communication commerciale et promotion/2026/BP Vêtement sur Mesure – Tailleur Homme - Communication commerciale et promotion - Session 2026 - 1-Sujet.pdf

1. Analyse de la demande et du cadre de communication

L'atelier Les Aiguilles du Faubourg prépare une journée portes ouvertes consacrée à la veste tailleur sur mesure. La partie porte sur la clientèle cible, ses besoins, la protection des données et la formulation d'une communication commerciale adaptée.

Question 1.1. Définissez deux caractéristiques de la clientèle prioritaire de l'opération et formulez deux besoins auxquels une veste tailleur réalisée sur mesure peut répondre.

La clientèle prioritaire comprend des hommes qui recherchent une veste adaptée à leur morphologie et à leur usage. Elle inclut aussi ceux qui préparent une occasion particulière, par exemple une cérémonie ou un événement professionnel. Le sur-mesure répond à deux besoins : obtenir une coupe établie à partir des mesures de la personne et choisir un vêtement dont le style et les caractéristiques correspondent à l'usage prévu.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Cible : hommes recherchant une veste adaptée à leur morphologie, à leur usage ou à une occasion particulière. Besoins : coupe personnalisée et vêtement adapté au style et à l'usage.

Question 1.2. Indiquez deux précautions à prendre avant de publier la photographie d'un client ou de recueillir ses coordonnées pour le suivi commercial. Pour chacune, précisez l'objectif poursuivi.

Pour une photographie permettant d'identifier un client, obtenir son accord avant toute publication : cela respecte son droit à l'image et son choix de visibilité. Pour les coordonnées, informer la personne de l'usage prévu, réserver leur accès aux personnes chargées du suivi et respecter son opposition à la prospection. Ces précautions protègent ses données et évitent qu'elles soient utilisées ou diffusées sans nécessité.

> ✓ **RÉPONSE À RETENIR**
>
> Obtenir l'accord avant toute photo identifiable. Informer le client de l'usage de ses coordonnées, en limiter l'accès et respecter son opposition à la prospection.

Question 1.3. Proposez deux formulations commerciales adaptées à l'opération : la première présente l'avantage offert, la seconde décrit le vêtement sans garantie excessive sur le résultat. Justifiez brièvement chacune de vos propositions.

Avantage : « À l'occasion de notre journée portes ouvertes, réservez une consultation de style de 30 minutes offerte. » Cette formule précise la durée, la gratuité et la réservation, sans laisser entendre que le rendez-vous doit avoir lieu pendant la journée.

> « Découvrez une veste à deux boutons, avec revers, poches plaquées et doublure, conçue après échange avec vous. Son patron et ses réglages sont établis après prise de mesures et essayages. »

Cette description s'appuie sur les caractéristiques du vêtement et ne garantit pas un résultat avant les mesures et les essayages.

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Consultation de style de 30 minutes offerte sur réservation. La veste est conçue après échange avec le client, puis établie selon ses mesures et les essayages.

2. Étude des matières, métrage et coût

L'atelier prévoit de réaliser huit vestes de démonstration comportant un tissu extérieur et une doublure. À partir des consommations et prix du DT 2, il faut calculer les quantités avec marge, les achats par multiples de 0,50 m, les rendements et les coûts.

Question 2.1. Pour huit vestes, calculez les quantités théoriques de tissu extérieur et de doublure. Ajoutez la marge de 8 %, puis déterminez les quantités à commander en arrondissant selon la règle d'achat au demi-mètre supérieur. Présentez les étapes de calcul.

Pour huit vestes, on multiplie chaque consommation unitaire par 8, puis par 1,08 pour ajouter la marge. La commande est arrondie au multiple de 0,50 m supérieur.

Matière	Quantité théorique	Avec marge de 8 %	À commander
Tissu extérieur	1,65 × 8 = 13,20 m	13,20 × 1,08 = 14,256 m	14,50 m
Doublure	1,35 × 8 = 10,80 m	10,80 × 1,08 = 11,664 m	12,00 m

DR 1 complété : quantités

Matière	Quantité théorique pour 8 vestes	Quantité avec marge de 8 %	Quantité commandée	Rendement matière	Coût d'achat
Tissu extérieur	13,20 m / 10,80 m	14,256 m / 11,664 m	14,50 m / 12,00 m		
Doublure					
Total des deux matières					

Quantités inscrites dans les colonnes correspondantes du tableau DR 1.

✓ **RÉPONSE À RETENIR**

Tissu extérieur : 14,50 m. Doublure : 12,00 m.

Question 2.2. À partir des quantités théoriques et des quantités commandées, calculez le rendement matière du tissu extérieur et celui de la doublure. Exprimez les résultats en pourcentage, arrondis au dixième, puis indiquez la part non utilisée de chaque achat.

Le rendement est la quantité théorique divisée par la quantité achetée, puis multipliée par 100. La part non utilisée est l'écart entre l'achat et la quantité théorique ; son pourcentage est calculé sur la quantité achetée.

Matière	Calcul du rendement	Rendement	Part non utilisée
Tissu extérieur	13,20 ÷ 14,50 × 100	91,0 %	1,30 m, soit 9,0 %
Doublure	10,80 ÷ 12,00 × 100	90,0 %	1,20 m, soit 10,0 %

DR 1 complété : rendements et restes

Matière	Quantité théorique pour 8 vestes	Quantité avec marge de 8 %	Quantité commandée	Rendement matière	Coût d'achat
Tissu extérieur				91,0 %	
Doublure				90,0 %	
Total des deux matières					

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :
Reste tissu extérieur : 1,30 m (9,0 %)
Reste doublure : 1,20 m (10,0 %)

Rendements reportés dans le tableau DR 1 ; les restes sont inscrits dans le cadre de justification.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Tissu extérieur : 91,0 %, reste 1,30 m (9,0 %). Doublure : 90,0 %, reste 1,20 m (10,0 %).

Question 2.3. Calculez le coût total d'achat du tissu extérieur et de la doublure pour les huit vestes, puis le coût moyen des deux matières par veste. Utilisez les prix au mètre indiqués dans le DT 2.

Le coût d'achat se calcule sur les longueurs commandées, au prix HT au mètre indiqué dans le DT 2. Le coût moyen par veste est le coût total des deux matières divisé par les huit vestes.

Matière ou indicateur	Calcul	Coût
Tissu extérieur	14,50 m × 48,00 €/m	696,00 €
Doublure	12,00 m × 18,00 €/m	216,00 €
Total des deux matières	696,00 € + 216,00 €	912,00 €
Moyenne par veste	912,00 € ÷ 8	114,00 €/veste

DR 1 complété : coûts

Matière	Quantité théorique pour 8 vestes	Quantité avec marge de 8 %	Quantité commandée	Rendement matière	Coût d'achat
Tissu extérieur					696,00 €
Doublure					216,00 €
Total des deux matières					912,00 €

Cadre réservé aux justifications, calculs complémentaires ou schémas du candidat :
Coût moyen : 114,00 € HT par veste

Coûts reportés dans la colonne correspondante du DR 1 ; coût moyen inscrit dans le cadre de justification.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Coût total : 912,00 € HT. Coût moyen : 114,00 € HT par veste.

3. Préparation de l’action de promotion

L’atelier prévoit de promouvoir la journée portes ouvertes par des dépliants, une vitrine et une publication numérique, avec un budget total prévisionnel de 360 €. Les tâches évaluent la rédaction du message, l’analyse de la prévision commerciale et le choix d’un indicateur de suivi.

Question 3.1. Rédigez un texte de 45 à 60 mots destiné à la publication numérique. Présentez l’atelier, l’opération, l’avantage proposé, le moyen de réserver et le fait que le vêtement est conçu après échange avec le client. N’inventez ni prix promotionnel ni délai de fabrication.

Texte proposé pour la publication numérique :

Les Aiguilles du Faubourg, atelier de tailleur homme à Toulouse, vous accueille pour sa journée portes ouvertes samedi 12 septembre, de 10 h à 17 h. Découvrez notre savoir-faire et réservez une consultation de style de 30 minutes offerte. Contactez-nous à l’atelier pour réserver. Votre veste sera conçue après un échange personnalisé autour de vos envies et de votre usage.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Texte de publication conforme : 60 mots, avec l’atelier, l’opération, l’offre, la réservation et la conception après échange.

Question 3.2. À partir de 12 rendez-vous et d’un taux de transformation en commande de 25 %, calculez le nombre prévisionnel de commandes, la marge totale attendue avant coût de campagne, puis le résultat prévisionnel après déduction du budget de 360 €. Présentez les calculs et concluez sur la prévision.

Le taux de transformation s’applique aux 12 rendez-vous pour estimer les commandes. La marge commerciale moyenne par commande est ensuite multipliée par ce nombre, puis le budget de campagne est déduit. Le solde positif indique que la marge prévisionnelle couvre les coûts estimés. Cette prévision dépend toutefois de la réalisation du taux de conversion : un rendez-vous ne garantit pas une commande. Les calculs détaillés sont récapitulés dans le tableau.

Étape	Formule et calcul	Résultat
Commandes prévisionnelles	12 rendez-vous × 25 %	3 commandes
Marge avant campagne	3 commandes × 420 €/commande	1 260 €
Résultat après campagne	1 260 € - 360 €	900 €

✓ RÉPONSE À RETENIR

Prévision : 3 commandes, 1 260 € de marge avant campagne et 900 € après campagne. Le résultat prévisionnel est positif.

Question 3.3. Proposez un indicateur de suivi permettant d'évaluer l'efficacité de la campagne après l'opération. Précisez les données à relever et la méthode de calcul de cet indicateur.

L'indicateur retenu est le taux de transformation des rendez-vous issus de la campagne en commandes. Après l'opération, relever le nombre de rendez-vous attribués à la campagne et le nombre de commandes qui en découlent. Identifier l'origine de chaque demande permet de ne compter que les contacts générés par l'action et d'évaluer sa performance commerciale.

- Calcul : commandes issues de la campagne ÷ rendez-vous issus de la campagne × 100.
- Comparer le taux obtenu au taux prévisionnel de 25 %.

> **✓ RÉPONSE À RETENIR**
>
> Indicateur : taux de transformation des rendez-vous attribués à la campagne en commandes, comparé au taux prévisionnel de 25 %.

4. Prévention, qualité et organisation de l’atelier

La journée portes ouvertes se déroule dans un atelier en activité où sont relevés des risques liés aux outils de coupe, à une rallonge électrique et à une démonstration sur machine. La partie demande des mesures de prévention et une organisation qui protège aussi les coordonnées des clients.

Question 4.1. Pour les trois premières situations du tableau, proposez une mesure de prévention concrète et adaptée. Pour chaque mesure, indiquez le risque qu’elle permet de réduire.

Pour chaque danger, appliquer une mesure concrète qui protège salariés et visiteurs sans entraver la circulation.

Situation	Mesure de prévention	Risque réduit
Outils de coupe sur la table	Les ranger dans un emplacement dédié dès qu’ils ne sont pas utilisés.	Coupure ou contact accidentel.
Rallonge dans le passage	La faire passer hors du cheminement ; si cela est impossible, la fixer et la protéger avec un passe-câble adapté.	Trébuchement et chute.
Visiteurs près d’une machine	Délimiter une zone interdite aux visiteurs et maintenir les protections de la machine.	Contact avec une partie mobile ou projection.

Les cheminements restent libres et les consignes du poste sont respectées.

DR 2 complété : mesures de prévention

Élément	Résultat ou mesure à renseigner
Nombre prévisionnel de commandes	.....
Marge totale avant coût de campagne	.....
Résultat prévisionnel après coût de campagne	.....
Outils de coupe : mesure de prévention et risque réduit	Ranger : coupure .....
Rallonge dans un passage : mesure de prévention et risque réduit	Dégager : chute .....
Visiteurs proches d’une machine : mesure de prévention et risque réduit	Zone délimitée : contact / projection .....

✓ RÉPONSE À RETENIR

Ranger les outils, sécuriser la rallonge et délimiter la zone machine avec ses protections : coupures, chutes et contacts dangereux sont réduits.

Question 4.2. Proposez une organisation sécurisée de la démonstration et du traitement des fiches de rendez-vous. Prévoyez la séparation entre la zone de travail et la zone visiteurs, le rangement des outils de coupe, la maîtrise de la rallonge et la limitation de l’accès aux coordonnées des clients.

Maintenir une séparation nette entre les postes de travail et l’espace réservé aux visiteurs.

1. Délimiter la zone de démonstration sur machine. Les visiteurs restent à distance des parties dangereuses ; les protections nécessaires sont en place.
2. Ranger les outils de coupe dès qu'ils ne sont pas utilisés. Faire passer la rallonge hors des circulations ou, si nécessaire, la fixer et la protéger pour éviter tout obstacle.
3. Conserver les fiches hors de vue et sous clé, ou dans un espace numérique à accès contrôlé. Seules les personnes chargées du suivi y accèdent. Informer les clients de l'usage des coordonnées et respecter leur opposition à la prospection.

✓ RÉPONSE À RETENIR

Zone visiteurs séparée, machine protégée, outils rangés, rallonge sécurisée et fiches accessibles uniquement aux personnes chargées du suivi.

Ce qu'il faut retenir de ce sujet (Session 2026)

Bilan de l'épreuve : Cette épreuve E3 du BP Vêtement sur mesure, option Tailleur homme, session 2026, porte le code 26-BP-VSM-TH-E3 et dure 2 heures, coefficient 3. À partir du projet de journée portes ouvertes de l'atelier Les Aiguilles du Faubourg, elle évalue l'analyse commerciale, le métrage et le coût des matières, la promotion, la prévention des risques et la protection des données.

Notions-clés, formules & règles à maîtriser

- Consommation avec marge = consommation théorique × (1 + taux de marge).
- Rendement matière = quantité théorique nécessaire ÷ quantité achetée × 100.
- Coût matière = quantité achetée × prix au mètre ; respecter le conditionnement de commande.
- Résultat prévisionnel de campagne = marge totale attendue - coût total de campagne.

Points de vigilance & attentes du jury

- Distinguer les caractéristiques visibles d'une veste des résultats dépendant des mesures, des choix du client et des essayages.
- Pour chaque matière, montrer les calculs et arrondir la quantité commandée au multiple de 0,50 m supérieur.
- Dans le message commercial, indiquer clairement l'offre et la réservation sans inventer de remise ni de délai.
- Relier chaque mesure de prévention au risque réduit et prévoir un accès limité aux coordonnées recueillies.

Questions fréquentes sur cette épreuve (Q&A Examen)

Q : Comment calculer le métrage nécessaire en tenant compte de la marge de 8 % ?

Multipliez la consommation unitaire par le nombre de vestes pour obtenir la quantité théorique. Multipliez ensuite cette quantité par 1,08, puis arrondissez au multiple de 0,50 m supérieur pour déterminer la commande.

Q : Comment interpréter le rendement matière et la part non utilisée ?

Divisez la quantité théorique nécessaire par la quantité achetée, puis multipliez par 100 pour obtenir le rendement. La part non utilisée correspond à la quantité achetée moins la quantité théorique, exprimée en quantité ou en pourcentage.

Q : Comment organiser le temps et les réponses dans cette épreuve de deux heures ?

Le sujet répartit les 20 points en quatre parties de 5 points. Repérez les calculs et les documents réponses à compléter, gardez du temps pour vérifier unités, arrondis et report des résultats.

Q : Quels critères de communication et de prévention faut-il respecter dans ce sujet ?

La communication doit décrire une offre réelle et éviter une garantie de résultat avant mesures et essayages. Il faut obtenir l'accord avant de publier une photo identifiable, protéger les coordonnées et séparer les visiteurs des zones dangereuses.

Sujet officiel associé (PDF) : https://bptailleurhomme.fr/assets/annales/bp-tailleur-homme/Communication commerciale et promotion/2026/BP Vêtement sur Mesure – Tailleur Homme - Communication commerciale et promotion - Session 2026 - 1-Sujet.pdf
Ressources BP Vêtement sur Mesure – Tailleur Homme : Toutes les annales & corrigés • Fiches de révision complètes • Simulateur de notes d'examen

Copyright © 2027 FormaV®. Tous droits réservés.

FormaV® est une marque déposée auprès de l'INPI sous le numéro 5227897.

Ce document a été élaboré par FormaV® avec le plus grand soin afin d'accompagner chaque apprenant vers la réussite de ses examens. Son contenu (textes, graphiques, méthodologies, tableaux, exercices, concepts, mises en forme) constitue une œuvre protégée par le droit d'auteur.

Toute copie, partage, reproduction, diffusion ou mise à disposition, même partielle, gratuite ou payante, est strictement interdite sans accord préalable et écrit de FormaV®, conformément aux articles L.111-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle. Dans une logique anti-plagiat, FormaV® se réserve le droit de vérifier toute utilisation illicite, y compris sur les plateformes en ligne ou sites tiers.

En utilisant ce document, vous vous engagez à respecter ces règles et à préserver l'intégrité du travail fourni. La consultation de ce document est strictement personnelle.

Merci de respecter le travail accompli afin de permettre la création continue de ressources pédagogiques fiables et accessibles.